

Об образовании Молодежного правительства Свердловской области: указ Губернатора Свердловской области от 10.07.2009 № 647-УГ [Электронный ресурс] // Техэксперт. URL: <http://docs.cntd.ru/document/895212711> (дата обращения 12.03.2020).

Об утверждении Положения об общественном молодежном совете при главе Кондинского района: постановление Главы Кондинского района Ханты-Мансийского автономного округа – Югры от 12.07.2012 № 33-П [Электронный ресурс] // Техэксперт. URL: <http://docs.cntd.ru/document/412993351> (дата обращения 26.05.2020).

Стратегия государственной молодежной политики: Распоряжение Правительства РФ от 18.12.2006 № 1760-р (ред. от 16.07.2009) [Электронный ресурс] // Консультант-Плюс. URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_98451/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_98451/) (дата обращения 19.02.2019).

Государственное и муниципальное управление: терминологический словарь / сост. К. Б. Шадыбеков, А. А. Исраилов, А. О. Кожошев [Электронный ресурс] // Национальная энциклопедическая служба. URL: <https://determiner.ru/slovari/gosudarstvennoe-i-municipalnoe-upravlenie-terminologicheskii-slovar.html> (дата обращения: 14.06.2020).

УДК 651.7

О. Н. Кушнир, В. И. Паль

## ЭЛЕКТРОННАЯ ПЕРЕПИСКА: К ВОПРОСУ О КОРПОРАТИВНЫХ ПРАВИЛАХ

Электронная переписка посредством электронной почты – один из самых распространенных видов деловой коммуникации, который вместе с тем вызывает немало вопросов, связанных с культурой и этикой делового общения. Отсутствие правил не способствует установлению деловых отношений, а «вольности», которые нередко позволяют себе адресант и (или) адресат, могут вызвать недоверие к деловым качествам партнера, к его репутации. Электронная деловая коммуникация, с нашей точки зрения, требует регламентации на корпоративном уровне. При этом такая регламентация должна учитывать комплекс факторов, в том числе коммуникативную цель и языковые средства ее достижения, характер коммуникации (деловая, официально-деловая), состав коммуникантов (внешние и внутренние, организации и граждане) и др. Полагаем, что корпоративную регламентацию можно провести в таких видах локальных актов, как методические рекомендации, справочники и под.

*Ключевые слова:* электронная переписка, культура и этика деловых коммуникаций, корпоративные правила, деловая переписка.

Электронная переписка сегодня один из самых распространенных видов деловой коммуникации, который вместе с тем вызывает немало вопросов, связанных главным образом с культурой и этикой делового общения. Речь идет о переписке посредством электронной почты, весьма свободной и практически ничем не регламентированной. Отсутствие всяких правил, между тем, не способствует установлению деловых отношений, поскольку «вольности», которые нередко позволяют себе адресант и (или) адресат, могут вызвать недоверие к деловым качествам партнера, к его репутации.

Следует указать, что сведения об электронной форме переписки и упоминания о некоторых ее особенностях содержатся в большинстве пособий по

деловой переписке [см., например: Янковая, 2007; Кирсанова и др., 2018; Деловое письмо, 2018]; издано немало научных статей о деловом стиле современной документной коммуникации [см., например: Нечаева, 2012; Химик, 2016; Сосновая, 2017 и др.]; опубликованы отдельные практические пособия [см., например: Северская, 2019] и единичные вузовские издания, посвященные деловому этикету в электронной переписке [см., например: Шевченко, 2011]; об электронной переписке много пишут на различных интернет-сайтах, в блогах. Между тем научно-методических материалов в виде пособий, рекомендаций нет.

Вероятно, их нет потому, что правила электронной деловой переписки могут и должны быть установлены корпоративными правилами. К этому организации подталкивает объективная необходимость, ведь получая электронное письмо от других организаций, адресат нередко ощущает неуважительное отношение к себе: электронное послание, например, может состоять только из вложения, не содержать ни тему, ни хотя бы минимальную текстовую информацию приветствия, пояснения и проч. Между тем электронная переписка есть не что иное, как деловая коммуникация, представленная в виде деловой переписки и реализованная одним из возможных способов, следовательно, на нее распространяются и все известные принципы успешной коммуникации, и правила, применяемые в деловом (служебном) письме. При этом важно принять аксиому: не столь важно, как пишут нам, важно, как пишем мы! Выработав некоторые корпоративные правила электронной переписки, можно сподвигнуть потенциальных адресатов к тому же.

Правила электронной переписки просты и очевидны, ведь соответствующие поля и «подсказки» от разработчиков коммуникационных порталов указывают на необходимость их заполнения. Важная составляющая электронного письма – его структурированная информация. В целом структура текста электронного делового письма весьма схожа со структурой его бумажного аналога и должна содержать три основные композиционные части основного содержания (введение, основная часть, заключение), изложенные кратко и логически последовательно.

Обязательно должно быть заполнено поле «Тема», что позволяет сотрудникам делопроизводственных служб классифицировать письма, распределять их между соответствующими работниками организации в зависимости от их полномочий и компетенций, а адресату определить важность письма и планировать в связи с этим работу с представленной в нем информацией. Краткая формулировка темы письма, таким образом, – его важная составляющая, которую можно квалифицировать как заместитель заголовка к основному тексту традиционного письма. При этом если в традиционной переписке заголовок к тексту формулируется при помощи предлога *о* (*об*), то есть содержит наименование темы посредством ответа на вопрос «о чем?», то в

электронной переписке тема формулируется в форме назывного предложения; ср., например: *Совещание об исполнении проекта; Ресурсы для проведения дистанционного обучения*; и т. п. При необходимости в специальном поле может быть указана степень важности и срочности.

Безусловно, оптимальный способ информировать адресата о наименовании, организационно-правовой форме организации, степени юридической значимости письма – разместить письмо-вложение на официальном бланке организации, составленное по всем правилам делового письма и заверенное подписью уполномоченного лица. При этом нередко возникает вопрос, следует ли в специальном поле для текста электронного письма делать какие-то записи, если информация есть в письме-вложении? С нашей точки зрения, это необходимо делать, выражая тем самым уважение к конкретному адресату. В этом случае текст не должен повторять информацию, помещенную в письмо-вложении, он в известной степени может быть унифицирован и должен обязательно содержать приветствие, информацию о письме-вложении и подпись.

Наряду с такими письмами, имеют место и многочисленные электронные сообщения, полностью, без необходимости прикрепления официально оформленного письма, содержащие необходимую информацию в специальном поле. Считается, что текст такого электронного письма не должен быть длинным и перегруженным подробностями, то есть должен учитывать способность и возможность адресата воспринять информацию полно и точно, тем самым достичь коммуникативной цели. По мнению некоторых исследователей, электронное письмо должно быть в два раза короче обычного письма на бумаге [Шевченко, 2011]; напомним, что оптимальным для традиционного письма является одностраничный объем: адресат, пишет А. Сосновская, с большей вероятностью внимательно прочитает письмо, укладываемое в страницу формата А4, чем будет разбираться в многостраничном документе [Сосновская, 2017, с. 31].

Полагаем необходимым дать некоторые комментарии к отдельным из названных выше элементам текста письма – приветствию и подписи, поскольку их представление в деловом письме продолжает вызывать дискуссии.

О возможных формах приветствия все хорошо знают, они подробно описаны в учебной литературе. Между тем неоднозначное мнение вызывает активное стремление адресанта обратиться к адресату по имени-отчеству. В ряде учебных пособий и некоторых популярных изданиях вполне справедливо указывается, что такое обращение неуместно в официальной переписке, и предложено обращение по должности или по фамилии. Однако тенденция к варианту обращения по имени-отчеству, формирующая не осознанно для адресанта фамильярный стиль общения, лишь усиливается, а форма обращения по должности и уж тем более по фамилии практически не употребляется.

Безусловно, не обязательно начинать текст письма с личного обращения к должностному лицу, но тогда его составитель мучается вопросом, как начать текст, и, как правило, прибегает к другому устоявшемуся в отечественной официальной переписке способу изложения от 3 л. ед. ч. с использованием сокращенного наименования организации, например: «*ФГБОУ «СГУ им. Питирима Сорокина сообщает (информирует и под.)»* Между тем переписка с некоторыми иностранными партнерами предлагает еще один вариант начала текста письма, который представляет собой своеобразную компиляцию наименования организации и формулы приветствия, активно употребляемой в дипломатической переписке, например: «*Сыктывкарский государственный университет им. Питирима Сорокина свидетельствует Вам свое (глубокое) уважение (почтение) и информирует (сообщает, ...)*» и под. Такой «зачин» письма представляется нам весьма удачным. Мы предлагаем использовать его и непосредственно в традиционной переписке, оформленном на бланке (в том числе в письме-вложении), и в кратком тексте письма, размещенном в специальном поле в условиях электронной переписки.

Элемент «подпись» (не реквизит) в тексте электронного письма также требует учитывать адресат. Однако обычно подпись изготавливается один раз, перед ней закрепляется формула «С уважением (,)», далее она воспроизводится в любом послании с конкретного адреса электронной почты. Вероятно, в большинстве ситуаций такой подход оправдан, но тогда подпись должна включать максимальную информацию об авторе послания, поскольку он действует как представитель организации, а именно: не инициалы, а указанные полностью имя и отчество, наименование организации (допустимо и сокращенное), структурного подразделения и должности – словом, подпись к тексту в электронном сообщении по составу должна быть соотнесена с требованиями к реквизиту «Исполнитель» [ГОСТ Р 7.0.97–2016]. Этикетная формула «с уважением» может отсутствовать, а вопрос, ставить ли после нее запятую, должен быть урегулирован корпоративными правилами. С нашей точки зрения, можно разрешить выбор составителю текста.

Формируя корпоративную культуру письменной деловой коммуникации, в том числе в отношении электронной переписки, необходимо, по нашему мнению, вырабатывать и технические правила составления текста: единый шрифт и цвет, выравнивание текста, выделение абзацев и проч. Все эти возможности предоставляет разработчик коммуникационного портала, однако этими возможностями составители электронных писем, как правило, пренебрегают.

Особое место в электронной переписке организации занимает переписка с гражданами. К сожалению, следует констатировать, что граждане нередко соотносят электронную переписку с организацией с перепиской в социальных сетях, не осознавая разницу между стилями и правилами общения. Приведем несколько примеров:

– текст составлен в эмоционально-экспрессивном стиле:

*Тема: Почему мне не пришел ответ?*

*Мне не пришло письмо! Я отправляла заявление вам еще две недели назад. Почему так долго? Кто это контролирует??? Я буду жаловаться!*

– в текст помещаются картинки-стикеры или так называемые «смайлики»; см., например: СПАСИБО!!! ☺ ☺ ☺ ☺ ☺ ☺



– элементы текста выполняются особым способом; см., например:

*СПА*

*СИ*

*БО!!!*

– элементы текста выполняются разными цветами;  
и проч.

Полагаем, единственным способом дать посыл гражданам для осознания неуместности такого оформления писем, остается «навязывание» выработанной в организации культуры электронной переписки, при которой действует уже упомянутое нами правило: не важно, как пишут нам, важно, как пишем мы!

Следует заметить, что формирование культуры письменной деловой коммуникации, в том числе в форме электронной переписки, возможно лишь при соблюдении ее правил и во внутрикорпоративной коммуникации.

Во многих организациях общение между сотрудниками ведется по электронной почте, поскольку такой способ оказывается наиболее оперативным, позволяет делать рассылку на несколько адресов и сокращать время на телефонные переговоры; ср. коммуникативную цель в таком тексте: «*Коллеги, завтра срок ответа. Прошу обратить особое внимание. По всем вопросам можно звонить мне*». При этом приходится констатировать, что внутрикорпоративная переписка по стилю и форме общения нередко напоминает все ту же коммуникацию в социальных сетях, отмеченную нами как характерную для писем граждан: те же стикеры и смайлики, разноцветье в шрифтах, пренебрежение к техническим правилам оформления текста. Покажем некоторые примеры такой переписки (имена, должности и наименования организаций изменены):

*Тема: без темы*

*Срок – завтра. На основании приказа прошу направить отчеты строго в срок.*

*P.S. форма отчета есть на сайте*

Или:

*Здравствуйте, помогите, пожалуйста, нам загрузить договор в 1с, документо-вед уволилась, а другие пока не научились. Научимся обязательно! Спасибо.*

*С уважением Киришина Т.В.*

*Тел. 310-391*

Примеры использования разных цветов, шрифтов, «смайликов» и проч.:

*Прошу сделать рассылку в структурные подразделения для использования в работе. Спасибо ☺*

*С уважением,*

*Елена Пичугина, помощник по организационным вопросам*

*МОУ СОШ «Гимназия № 1»*

*8(8442)120-309*

*[shkola@purtso.ru](mailto:shkola@purtso.ru)*

*И.А., У Вас музеология с разными кодами, в одном случае – предлагаете исключить, в другом – оставить. Это так?*

*Л.А.*

*Тема: О работе школ для детей*

***Добрый вечер, коллеги.***

*Сообщаем вам, что **для детей** сотрудников института в рамках образовательного проекта Универсариум будут работать школы (по списку).*

*Желающие могут подать заявку на электронный адрес [ino@purtso.ru](mailto:ino@purtso.ru) или по телефону 390-311.*

А вот примеры выражения благодарности:

*Громадное спасибо!!!!!!!!!!!!!!*

*или:*

*СПАСИБО!!! ☺ ☺ ☺ ☺ ☺ ☺*

Допускаем, что внутрикорпоративная переписка может быть более демократичной, не требующей выверенных этикетных формул обращения и др. Однако, реализуемая между официальными коммуникантами посредством официальной электронной почты, она остается деловой. Полагаем в связи с этим, что при разработке правил ведения электронной переписки необходимо решить и вопрос об их полном или частичном распространении на внутрикорпоративную переписку. Добавим, что данный способ коммуникации должен быть в определенной мере соотнесен и с правилами документной коммуникации, для которой, как известно, требуются ограниченные по диапозону средства, а также условия и правила осуществления.

Итак, электронная деловая коммуникация требует регламентации на корпоративном уровне. При этом такая регламентация должна учитывать комплекс факторов: коммуникативную цель, характер коммуникации (деловая

или официально-деловая), состав коммуникантов (внешние или внутренние, организации или граждане), языковые средства достижения коммуникативной цели. Полагаем, что корпоративную регламентацию можно провести в таких видах локальных актов, как, например, методические рекомендации, справочники.

#### Список литературы

*Курсанова М. В., Аксенов Ю. М., Анодина Н. Н.* Деловая переписка : учеб.-практ. пособие. 3-е изд. М. : ИНФРА-М, 2018.

Деловое письмо: учебно-справочное пособие / Автор-составитель И. Н. Кузнецов. 9-е изд., перераб. М.: ООО «ИТК «Дашков и К<sup>0</sup>», 2018.

*Нечаева В. С.* Клишированные выражения в электронном деловом дискурсе // Вестник Московского государственного лингвистического университета. 2012. № 639. С. 93–101.

Организационно-распорядительная документация. Требования к оформлению документов: ГОСТ Р 7.0.97–2016. Национальный стандарт Российской Федерации. Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу, утв. приказом Росстандарта от 08.12.2016 № 2004-ст. [Электронный ресурс] // Консультант-Плюс. URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_216461/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_216461/) (дата обращения: 11.06.2020)

*Северская О., Селезнева Л.* Эффективная бизнес-коммуникация. «Волшебные таблетки» для деловых людей. М. : Эксмо, 2019.

*Сосновая А.* Бизнес-этикет в электронной деловой переписке // Справочник секретаря. 2017. № 9. С. 29–35.

*Шарков Ф. И., Комарова Л. В.* Коммуникация: деловое общение, коммуникативные техники и технологии // Коммуникология: международный научный журнал. М. : 2014. № 4. С. 13–26. [Электронный ресурс]. URL: <https://drive.google.com/file/d/0Byo2MXEhTbEFa0VKaXQ5emxDYms/edit> (дата обращения: 11.06.2020)

*Шевченко Е. В.* Введение в специальность. Этика электронного общения в учебных целях: учеб. пособие. СПб.: изд-во Политехн. ун-та, 2011.

*Химик В. В.* Культура речи и деловое общение М.: Юрайт, 2016.

*Янковая В. Ф.* Деловая переписка: учебно-практическое пособие. М.: ВНИИДАД, 2007.

УДК: 002.1, 004.01, 930.25.

Г. Н. Ланской

## ДОКУМЕНТОВЕДЕНИЕ, АРХИВОВЕДЕНИЕ И ДИПЛОМАТИКА КАК СМЕЖНЫЕ ОБЛАСТИ НАУЧНО-МЕТОДИЧЕСКОГО ЗНАНИЯ

В статье представлена концепция предметных особенностей документоведения, архивоведения и дипломатики в условиях развития информационного общества и формирования новых представлений о специфике документированной информации. В основу концепции положено представление о том, что общим объектом изучения для документоведения, архивоведения и дипломатики является имеющая признаки подлинности документированная информация независимо от носителя ее передачи. Предметные области данных дисциплин соприкасаются между